

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA WISATA AGRO TAMBI KECAMATAN KEJAJAR
KABUPATEN WONOSOBO**

Vita Aulia Fatmawati

(Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UST)

Ign. Suprih Sudrajat

(Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UST)

ABSTRACT

Quality of service plays an important role in shaping customer satisfaction, besides that it's closely related to creating profits for the company. The study aims to determine the effect of service quality with indicators of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangibles of the satisfaction of visitors to Wisata Agro Tambi. The research method uses descriptive and causal research with a quantitative approach. The research sample amounted to 39 taken using accidental sampling technique. The time of the study was conducted from April to May 2018. The results showed that the variables of reliability, assurance, empathy and tangibles had a positive and significant influence while the responsiveness had a negative and significant effect on visitor satisfaction.

Keywords: Assurance, Empathy, Quality of service, Responsiveness, Tangibles

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki tempat-tempat menarik untuk dijadikan destinasi wisata, salah satu daya tarik wisata di Indonesia yaitu wisata alam berbasis pertanian atau perkebunan yang sering disebut wisata agro / agrowisata. Agrowisata merupakan suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan lokasi atau kawasan

dan sektor pertanian mulai dari awal sampai dengan produk pertanian dalam berbagai sistem, skala, dan bentuk sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang pertanian (Deptan 2008). Agrowisata memiliki prospek yang cerah, karena masyarakat di jaman sekarang ini

semakin membutuhkan sarana rekreasi yang alami dan bebas dari polusi seperti wisata kebun teh. Selain keindahan alamnya, yang menjadi daya tarik kebun teh yaitu tanaman teh itu sendiri yang dapat berproduksi sepanjang tahun.

Wisata Agro Tambi Wonosobo merupakan salah satu pariwisata alam perkebunan teh yang berada di Jawa Tengah. Wisata Agro ini terletak di Desa Tambi Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo dan merupakan obyek wisata yang menarik bagi pencinta alam pegunungan. Selain keindahan alamnya yang menakjubkan dan hijaunya tanaman teh yang tertata rapi menjadi pemandangan yang menyejukkan. Perkebunan ini juga cocok untuk dijadikan sebagai obyek wisata edukatif dengan mengamati proses pembuatan teh dan semua aktifitas yang ada.

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pariwisata khususnya Wisata Agro Tambi Wonosobo untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya.

Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan Wisata Agro Tambi Wonosobo itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan. Kualitas pelayanan sebagai salah satu bagian dari daya jual akan mempengaruhi kepuasan seseorang dalam menerima pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Menurut Tjiptono (2006) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (bukti langsung). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga

erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang sesungguhnya atau nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001).

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti

langsung terhadap kepuasan pengunjung, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan pengunjung.

Hipotesis penelitian ini adalah diduga ada pengaruh aspek kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Agro Tambi Wonosobo.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Wisata Agro Tambi yang terletak di Desa Tambi Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo, yang merupakan salah satu perkebunan teh yang ada di Jawa Tengah yang dijadikan sebagai tempat wisata dan sering dikunjungi oleh wisatawan. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April-Mei 2018.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan

sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013). Jumlah sampel yang dipilih sebanyak 39 responden yang tersebar antar waktu berkunjung, yaitu pagi, siang dan sore hari pada hari Jum'at, Sabtu dan Minggu. Jumlah sampel ditentukan menurut Baley dalam Mahmud (2011) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30.

Dalam menganalisis data dan menentukan hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi model eksponensial dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a X1^{b1} X2^{b2} X3^{b3} X4^{b4} X5^{b5} + e$$

Dimana :

a = bilangan konstan

X1 = kehandalan (*reliability*)

X2 = daya tanggap (*responsiveness*)

X3 = jaminan (*assurance*)

X4 = empati (*empathy*)

X5 = bukti langsung (*tangibles*)

b1...b5= koefisien regresi

Y = kepuasan pengunjung

e = *Error of term*

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

PT Tambi yang bergerak dalam bidang Agribisnis Teh, wisata Agro Tambi merupakan bentuk usaha diversifikasi PT Tambi yang memanfaatkan keindahan dan potensi alam disekitar perkebunan teh sebagai objek wisata. Lokasi agrowisata ini sangat strategis karena terletak pada jalur wisata Dataran Tinggi Dieng yaitu di Desa Tambi, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo, Provinsi Jawa Tengah. Fasilitas unggulan yang ditawarkan agrowisata ini adalah perkebunan teh yang terhampar luas di lereng Gunung Sindoro. Perkebunan teh ini mempunyai ketinggian 1200 – 2000 meter di atas permukaan laut dan memiliki suhu udara rata-rata minimal 150 C dengan suhu maksimal 240 C.

Responden dalam penelitian ini beragam, baik itu pria maupun wanita, usia yang berbeda, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Secara umum responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Wisata Agro Tambi. Terdapat 39 responden yaitu 25 wanita dan 14 pria, dari segi umur didominasi oleh pengunjung berumur 31-40 tahun serta telah menikah. Pengunjung Wisata Agro Tambi sebagian besar berasal dari daerah di luar Wonosobo sehingga banyak pengunjung yang memilih menginap di *home stay* yang ada di Wisata Agro Tambi ini. Jenis pekerjaan sebagian besar pengunjung mempunyai pekerjaan yang tetap yaitu pegawai swasta diikuti dengan PNS, sedangkan tingkat pendapatan yang paling banyak diperoleh pengunjung adalah tiga sampai empat juta rupiah.

B. Hasil Analisis Data

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah sebesar 0.5049. Hal ini dapat diartikan bahwa sebesar 50,49% variabel dependen (kepuasan pengunjung) dipengaruhi oleh variabel

independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak teliti

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Variabel	Estimated Coefficient	T-Ratio	P-Value
Kehandalan	0.16275	1.835	0.075
Daya tanggap	-0.75950	-3.155	0.003
Jaminan	0.64778	2.845	0.008
Empati	0.34993	1.943	0.061
Bukti langsung	0.46859	1.732	0.093
Constant	0.90642	1.318	0.197
$R^2 = 0.5049$			
$F_{hitung} = 6.730$			
P-VALUE = 0.000			
Ting. Sig = 10 % (0,10)			

2. Pengujian Hipotesis

a) Uji f

Hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 6,730 dan angka signifikansi ($P = 0,000$) dengan tingkat signifikansi 90% ($\alpha=0,10$). Dengan $p = 0,000$ tersebut, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima artinya terdapat variabel bebas (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) yang berpengaruh nyata terhadap

variabel terikat (kepuasan pengunjung).

b) Uji t

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kehandalan menunjukkan nilai positif dengan angka signifikansi $P = 0,075$ yang artinya variabel kehandalan signifikan pada $\alpha = 0,10$ yang berarti H_1 diterima. Hal ini berarti variabel kehandalan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Pengaruh positif menunjukkan variabel kehandalan mampu meningkatkan kepuasan pengunjung, artinya semakin tinggi variabel kehandalan yang diberikan petugas wisata agro tamba maka pengunjung akan semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian variabel kehandalan menunjukkan bahwa responden akan merasa puas apabila petugas Wisata Agro Tambi menepati janji, melayani dengan handal dan segera serta menunjukkan perhatian yang tulus kepada pengunjung. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu

yang sudah dilakukan terkait persepsi kehandalan kualitas pelayanan dengan hasil variabel kehandalan mampu memberikan pelayanan secara akurat dan konsisten yang sesuai dengan apa yang dijanjikan, sehingga pelanggan merasa percaya terhadap jasa yang diberikan.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap menunjukkan nilai negatif dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 artinya H_0 ditolak. Dengan hasil tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan pada $\alpha = 0,10$ terhadap kepuasan pengunjung. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh negatif yang dapat menurunkan kepuasan pengunjung, dimungkinkan peningkatan daya tanggap yang terdiri dari respon petugas dalam menangani permintaan dan kesulitan-kesulitan pengunjung menunjukkan komplain yang lebih tinggi dan menyebabkan ketidakpuasan bagi pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap dari

penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan petugas dalam membantu, kesediaan petugas dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari petugas, dan penyelesaian masalah dengan cepat menunjukkan tanggapan yang sangat baik dari petugas, tetapi beberapa alasan diungkapkan responden bahwa setelah mendengarkan permintaan dari pengunjung petugas tidak menanggapi respon dengan baik atau terkesan mengabaikan respon yang sudah dilaporkan tersebut dan hal inilah yang dimungkinkan menjadi penyebab pengunjung merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Alasan ini banyak diungkapkan pengunjung mengingat yang dimungkinkan karena banyaknya pengunjung tidak sebanding dengan banyaknya petugas yang berjaga pada saat itu.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan menunjukkan nilai positif dengan nilai signifikansi sebesar 0,008, artinya H_1 diterima atau H_0 ditolak. Dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa jaminan secara parsial mempunyai pengaruh yang

positif dan signifikan pada $\alpha = 0,10$ terhadap kepuasan pengunjung. Semakin besar jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung, sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan pengunjung.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan pengunjung. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan petugas dalam melayani pengunjung, petugas yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan dan asuransi yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada Wisata Agro sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel empati menunjukkan nilai positif dengan angka signifikansi $P = 0,061$, yang artinya variabel empati signifikan pada $\alpha = 0,10$ yang berarti H_1 diterima. Hal ini berarti variabel empati secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan

signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Semakin tinggi variabel empati yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan yang didapatkan pengunjung. Kepedulian dan perhatian yang petugas berikan kepada pengunjung mampu membuat pengunjung merasa nyaman dan betah berwisata sehingga dapat memberikan rasa puas bagi pengunjung.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari penyedia jasa pelayanan wisata dalam bentuk perhatian yang sama, adanya layanan 24 jam untuk pengunjung menginap yang membutuhkan bantuan, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pengunjung dan pemahaman setiap kondisi pengunjung akan meningkatkan pandangan positif dari setiap pengunjung wisata agro. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel bukti langsung menunjukkan nilai positif dengan angka signifikansi $P = 0,093$, yang

artinya variabel bukti langsung signifikan pada $\alpha = 0,10$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel bukti langsung secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung. Pengaruh positif menunjukkan variabel bukti langsung mampu meningkatkan kepuasan pengunjung, artinya semakin tinggi variabel bukti langsung yang diberikan petugas wisata agro tambak maka pengunjung akan semakin puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hasil ini memberikan bukti bahwa bukti langsung dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan sarana dan prasarana yang memadai seperti fasilitas dan interior, juga keterdukungan SDA dan lingkungan yang nyaman, serta sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan pengunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan pengunjung pada Wisata Agro Tambi, maka diperoleh kesimpulan bahwa variabel kehandalan, jaminan, empati dan bukti langsung mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

SARAN

1. Wisata Agro Tambi sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal kehandalan, jaminan, empati, dan bukti langsung. Peningkatan ini dapat dilakukan dengan memberikan umpan balik pada pengunjung melalui kuesioner terkait apa kebutuhan dan keinginan konsumen dalam empat hal pelayanan tersebut.
2. Wisata Agro Tambi harus memperbaiki daya tanggap terhadap pengunjung. Perlu adanya pelatihan bagi karyawan yang khusus menangani pelayanan dalam hal daya tanggap. Pelatihan yang bisa diberikan yaitu terkait komunikasi, keramahan, serta

menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Salemba Empat. Jakarta
- Mahmud. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Pustaka Setia. Bandung.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen Jasa. Andy. Yogyakarta.